



Renforcer l'impact des SIM agricoles africains sur la pertinence des politiques et l'efficacité des marchés

1. Les SIM à la croisée des chemins

Les SIM, des instruments visant à améliorer les politiques et les marchés

Les systèmes d'information de marché (SIM) sont des dispositifs visant à collecter, traiter et diffuser de l'information sur la situation et la dynamique des marchés agricoles. C'est dans les années 1980 et 1990 que les SIM se sont multipliés dans les pays en développement, principalement sous l'impulsion du secteur public. Pensés comme des outils d'accompagnement des politiques de libéralisation des marchés agricoles, ils visaient un double objectif : améliorer les politiques publiques par une meilleure prise en compte de la réalité des marchés et rendre les marchés plus transparents de manière à induire une allocation des ressources plus efficace et plus équitable. Les SIM ont été particulièrement développés pour les produits importants pour la sécurité alimentaire (comme les céréales).

Une diversité de modèles

Les SIM de la première génération (celle des années 1980 et 1990) étaient

construits sur le même modèle, quels que soient les produits et les pays concernés : généralement couverture d'une seule catégorie de produits (céréales, bétail...), focalisation quasi-exclusive sur les prix, échelle nationale, diffusion par la radio, rattachement à des structures publiques (offices, ministères de l'agriculture...) et financement par projets. A la fin des années 1990 et dans les années 2000, une deuxième génération de SIM est apparue, soit par la mutation de SIM existants, soit par la création de nouveaux SIM. Ces SIM de deuxième génération (SIM2G) font souvent un usage intensif des technologies de l'information et de la communication (TIC) à la fois en interne (pour la transmission de l'information entre les agents chargés de la collecte et les unités de gestion des SIM) et pour la diffusion de l'information aux décideurs publics et aux opérateurs privés (via la téléphonie mobile et Internet). Ces innovations techniques ont permis des innovations organisationnelles. La diffusion via SMS a par exemple permis de faire payer l'information, ouvrant ainsi la voie à l'émergence de SIM portés par des entreprises privées. Si bien qu'il existe aujourd'hui une grande diversité de modèles de SIM qui s'adressent à des utilisateurs différents (décideurs publics, producteurs, commerçants, transformateurs...). Cette diversité est

reflétée au niveau des produits couverts, de la nature des variables suivies (prix moyens par localité mais aussi flux commerciaux, stocks, propositions d'achat et de vente), de la couverture géographique (locale, nationale ou régionale), de(s) mode(s) de diffusion (radio, TV, panneaux d'affichage, bulletins, internet, SMS), le positionnement institutionnel (structure publique, entreprise privée, interprofession, chambre d'agriculture, organisation de producteurs) ou les sources de financement (budgets nationaux, projets appuyés par l'aide internationale, vente d'information aux utilisateurs).

Tirer les leçons des expériences passées

Depuis leur origine, les SIM sont confrontés à des difficultés techniques (fiabilité de l'information, délais de diffusion, manque de feedback sur l'utilisation des informations diffusées, manque d'analyses), institutionnelles (manque d'incitations à innover pour mieux satisfaire les besoins des utilisateurs, rigidité du fonctionnement administratif) et financières (financement éphémère par projets). Les innovations techniques et organisationnelles apportées par les SIM2G permettent-elles d'apporter une réponse à ces problèmes ? Pour répondre à cette question, deux projets de recherche ont été mis en place, l'un par le CIRAD et l'INRA grâce à un financement de l'AFD et du CTA (www.sim2g.org), l'autre par MSU grâce à un financement de la fondation Hewlett (http://aec.msu.edu/fs2/wamip_II/index.htm). Les résultats de ces recherches ont été discutés au cours d'un atelier international ayant réuni à Bamako (30 novembre – 2 décembre 2011) des représentants d'une trentaine de SIM africains et d'autres régions du monde

(notamment l'Inde), de différents réseaux de SIM (SIM des Amériques, SIM d'Afrique de l'Ouest), de systèmes d'information continentiels ou mondiaux (FEWSNET, GIEWS de la FAO), d'organisations régionales (CEDEAO, CILSS, COMESA, Commission Economique pour l'Afrique des Nations Unies), des bailleurs de fonds, des opérateurs économiques (producteurs et commerçants) et du monde de la recherche. Ces travaux ont mis en évidence les apports mais aussi les limites des innovations apportées par les SIM2G (Kizito (2011) ; David-Benz *et al.*, 2012). Ils ont conduit à formuler les recommandations qui sont synthétisées dans la présente note. Nous considérerons successivement les recommandations visant à *i)* mieux nourrir les politiques publiques en information, *ii)* améliorer davantage le fonctionnement des marchés et *iii)* améliorer et pérenniser les SIM eux-mêmes.

2. Nourrir les politiques publiques en information de marché

Il s'agit d'une fonction primordiale des SIM, depuis leur origine. Cette fonction a cependant été délaissée par de nombreux SIM2G qui se sont spécialisés dans la diffusion rapide d'informations aux opérateurs privés. Le contexte récent d'instabilité accrue des marchés, le regain d'intérêt pour la réflexion sur le rôle de l'Etat dans le développement agricole et la régulation des marchés remettent en lumière la nécessité de disposer d'outils de suivi et de pilotage. C'est en particulier le cas pour les politiques de stabilisation des prix, pour le déclenchement de l'aide d'urgence et plus largement pour les politiques agricoles, alimentaires et

commerciales. On notera que les recommandations du G20 agricole mettent l'accent sur l'urgente nécessité de soutenir et renforcer de tels dispositifs de suivi des marchés au niveau global mais également régional.

Développer l'analyse

Actuellement, l'information fournie par la majorité des SIM se limite à des données brutes sur l'évolution des prix, accompagnées au mieux d'une description de cette évolution. Cette information est très utile et leur « neutralité factuelle » en fait une force mais elle est souvent insuffisante. Pour prendre des décisions éclairées, les décideurs ont également besoin d'analyses des tendances du marché, voire de notes présentant différentes alternatives de politiques avec leurs avantages et leurs inconvénients. Les SIM manquent souvent des ressources humaines nécessaires à l'élaboration de telles analyses. Ces limites peuvent être dépassées par des actions de formation (renforcement de capacités) et par le développement de liens avec des universités et des centres de recherche (on peut imaginer la mise en place de

contrats donnant aux chercheurs un libre accès aux données en échange de leur engagement à produire des analyses demandées par les SIM). Cependant, ce sont aussi les analyses qui peuvent être le plus instrumentalisées d'où l'importance de maintenir de manière claire les deux fonctions : information sur les prix et analyse.

Informier l'ensemble des acteurs concernés par les politiques

Les politiques sont de plus en plus élaborées en concertation avec les acteurs du secteur concerné (organisations de producteurs, représentants des commerçants et des transformateurs, associations de consommateurs). Ceci implique que l'analyse faite par les SIM ne soit pas destinée uniquement aux décideurs publics, mais à l'ensemble des parties prenantes. Le mandat des SIM peut aller plus loin et inclure un rôle d'animation de la concertation entre Etat et acteurs privés au moment de l'élaboration des politiques (cf. encadré sur le cas de Madagascar).

Alimenter la discussion entre l'Etat et les opérateurs privés pour l'élaboration des politiques rizicoles : l'Observatoire du Riz à Madagascar

L'Observatoire du Riz (OdR) a été mis en place en 2004, en réponse à une crise qui a fortement déstabilisé le marché intérieur du riz (cette crise était due à une mauvaise appréciation de l'offre et à un manque de coordination entre l'Etat et les opérateurs privés). En plus de l'OdR, une plateforme de concertation a été créée pour associer les différents acteurs de la filière à l'élaboration des politiques rizicoles. Cette conjoncture particulière explique que le mandat de l'OdR dépasse les fonctions « classiques » d'un SIM (suivi et diffusion des prix ; production de note d'analyse). De fait, l'OdR a participé à toutes les réunions de la plate-forme, alimentant les débats par une analyse actualisée de la conjoncture nationale et internationale. Une meilleure anticipation de l'évolution du marché et plus de prévisibilité dans les interventions publiques ont notamment contribué à ce que le marché malgache ne soit pas touché par la flambée des prix internationaux de 2008. La plateforme est en sommeil depuis 2009 (du fait de la crise politique), mais l'OdR est toujours convié aux réunions entre les principaux opérateurs et l'Etat qui sont périodiquement organisées par la Primature ou le Ministère du Commerce.

3. Rendre les marchés plus performants

L'idée centrale des SIM est que des opérateurs mieux informés réalisent de meilleurs arbitrages entre produits, dans le temps (choix des moments d'achat et de vente) et dans l'espace (choix des lieux d'achat et de vente). Ceci est censé conduire à des marchés plus intégrés et à des prix plus stables. En outre, en réduisant les asymétries d'information entre les acteurs du marché, les SIM sont censés augmenter le pouvoir de négociation des petits opérateurs (notamment les producteurs et les consommateurs), ce qui devrait se traduire par des marges commerciales plus faibles.

En pratique, l'effet des SIM sur la performance des marchés est souvent limité par l'insuffisante adéquation entre leur offre d'information et la demande d'information des opérateurs du marché (Galtier et Egg, 2003). Cette inadéquation s'explique à son tour par le fait que les opérateurs privés *i)* ont leurs propres sources d'information et *ii)* font face à de nombreuses contraintes (transport, crédit...) qui les empêchent de profiter des opportunités d'arbitrage révélées par les SIM. La diffusion rapide des téléphones portables dans les villes et les campagnes africaines a profondément modifié les paramètres du problème : si elle a permis une amélioration de la performance des SIM (en raccourcissant les délais de centralisation et de diffusion de l'information et en offrant un nouveau mode de diffusion vers les opérateurs du marché), elle a aussi renforcé la capacité des individus à s'informer par eux-mêmes. Il est donc plus que jamais nécessaire pour les SIM de mettre en place des actions visant à *i)* ajuster l'offre d'information aux besoins des acteurs du marché, *ii)* favoriser l'accès à l'information pour le

plus grand nombre et *iii)* lier le SIM à d'autres instruments de marché afin de lever certaines des contraintes à l'utilisation de l'information diffusée.

Générer un feedback sur l'utilisation des informations diffusées

Une difficulté récurrente pour les SIM concerne le manque de retour (*feedback*) sur l'utilisation qui est faite des informations diffusées. Pour être performants et avoir un impact, les SIM doivent diffuser des informations utiles et auxquelles les opérateurs du marché n'ont pas accès par d'autres canaux. Pour cela, les SIM doivent être interactifs, c'est-à-dire être capables de faire remonter de l'information sur les besoins des utilisateurs.

Beaucoup de SIM font occasionnellement des enquêtes auprès des acteurs du marché pour connaître leurs besoins et sources d'information et leur opinion concernant l'information diffusée par le SIM. Mais ces enquêtes donnent souvent des informations assez générales, ne permettant pas vraiment un auto-apprentissage et un recentrage des activités du SIM. Plus récemment, des enquêtes ont été réalisées pour analyser l'impact de SIM sur les comportements et les performances commerciales des producteurs (*cf.* plus loin le paragraphe sur les études d'impact). Ces études sont potentiellement très utiles pour aider les SIM à mieux comprendre les effets de l'information qu'ils diffusent. Mais elles présentent de nombreuses limites : elles ne couvrent que certains acteurs, certains comportements et certaines régions. Et comme elles nécessitent de grosses enquêtes et des traitements économétriques sophistiqués, elles ne

peuvent pas être mises en œuvre fréquemment.

Les SIM ont surtout besoin d'un feedback régulier sur l'utilisation de l'information qu'ils diffusent. Une manière de faciliter un tel feedback consiste à rapprocher le SIM des utilisateurs en le basant auprès d'une organisation professionnelle représentant les opérateurs du marché. L'exemple de l'Observatoire du Marché Agricole (Mali) est à ce titre riche d'enseignement. Ce SIM était initialement basé au sein de l'office céréalier (l'OPAM). Il a par la suite été rattaché aux chambres d'agriculture et son fonctionnement a été décentralisé (les informations diffusées sont différentes dans chaque région et les communiqués radio sont élaborés par les agents du SIM au niveau des régions). Pour que cette méthode conduise réellement à un feedback sur les besoins des utilisateurs, il faut organiser celui-ci (par exemple via des réunions périodiques avec un échantillon d'opérateurs du marché).

Les TIC offrent de nouveaux moyens pour générer un feedback sur l'utilisation de l'information diffusée. En effet, la diffusion par SMS ou par Internet permet de proposer une large gamme d'informations en laissant les utilisateurs choisir celles qui les intéressent. En gardant la trace de ces choix (comptage du nombre de requêtes adressées au SIM ou du nombre de téléchargements), le SIM peut mesurer le degré d'utilisation des différentes informations qu'il propose. Il s'agit potentiellement d'un instrument très puissant d'auto-apprentissage car il permet de tester des informations nouvelles et de voir l'intérêt qu'elles suscitent auprès des acteurs du marché. Cependant, en pratique, ce feedback est rarement utilisé par les SIM. Certains SIM qui pratiquent la diffusion par SMS utilisent un système « push » (dans lequel

l'information est envoyée automatiquement sur le téléphone portable des abonnés). Ce système permet un certain feedback (les abonnés sélectionnent les informations qu'ils souhaitent recevoir) mais beaucoup moins que le système « pull » (dans lequel l'utilisateur demande par SMS les informations qui l'intéressent). Par ailleurs, beaucoup de SIM utilisant le système « pull » n'en font pas un instrument de pilotage de leurs activités (parfois l'information sur les requêtes reçues pour les différentes informations proposées n'est même pas disponible au niveau du SIM mais seulement au niveau de l'opérateur de téléphonie mobile). Enfin, il convient de préciser qu'il est possible de générer un feedback sans recourir à des technologies sophistiquées : une émission de radio peut suffire si elle dure suffisamment longtemps pour donner la parole aux auditeurs (cf. l'encadré sur l'émission Soko Hewani du Kenya).

Ne pas négliger la radio

Au cours des dernières années, la diffusion par téléphone portable (SMS ou systèmes de reconnaissance vocale IVR) a été adoptée par de nombreux SIM (de manière exclusive ou en complément de la radio). Aujourd'hui, nous disposons d'un recul suffisant pour faire un premier bilan de l'intérêt et des limites de ce mode de diffusion. Un de ses principaux intérêts réside dans le fait qu'il génère un feedback permettant de connaître la demande des utilisateurs, (notamment dans le système « pull » dans lequel l'utilisateur demande par SMS les informations qui l'intéressent, cf. paragraphe précédent). Ses principales limites sont liées au fait que l'utilisation des téléphones portables pour la diffusion conduit généralement à une diffusion

d'information bien moindre que par la radio.

En premier lieu, le nombre de personnes recevant l'information du SIM par téléphone portable est beaucoup plus faible que par la radio (à titre d'exemple, ce nombre est 10 fois plus faible au Kenya et 100 fois plus faible en Zambie). Phénomène aggravant, on peut penser que ceux qui ont le plus de difficultés à avoir accès à la diffusion par SMS sont aussi les plus pauvres, parce qu'ils sont déstabilisés par la technicité de l'instrument, parce qu'ils vivent dans des zones isolées (non couvertes par les réseaux de téléphonie mobile) ou encore parce qu'ayant de faibles quantités à vendre, ils sont découragés par le coût du SMS et de l'information (lorsqu'elle est payante). L'objectif de réduction des asymétries d'information (pour augmenter le pouvoir de négociation des plus faibles) risque alors d'en pâtir. Ces problèmes peuvent être en partie surmontés par des formations et surtout, à plus long terme, par l'effet générationnel.

Deuxièmement, la quantité d'information reçue par SMS ou IVR est, pour la plupart

des utilisateurs, beaucoup plus faible que celle reçue par la radio, notamment lorsque la diffusion se fait via un système de type « pull » (les données montrent que les utilisateurs ne font que quelques requêtes par an). Certes, ce mode de diffusion permet aux opérateurs d'obtenir l'information dont ils ont besoin au moment où ils en ont besoin. Mais l'utilité des SIM ne se limite pas à satisfaire les besoins d'information dont les acteurs ont conscience. La diffusion régulière d'une information sur nombre de produits et de marchés (via la radio, des panneaux d'affichage ou une diffusion SMS de type *push*) permet aux opérateurs de découvrir de nouvelles opportunités et d'apprendre la manière dont le marché fonctionne. Cette fonction « d'apprentissage du fonctionnement du marché » peut d'ailleurs être stimulée par des émissions de radio interactives (*cf.* l'encadré sur l'émission Soko Hewani).

Pour toutes ces raisons, il semble souhaitable de combiner les canaux traditionnels de diffusion comme la radio avec les nouveaux modes du type SMS ou IVR.

Soko Hewani, une émission de radio interactive sur la situation des marchés agricoles du Kenya

Soko Hewani (« supermarché sur les ondes » en Swahili) est une émission de radio hebdomadaire sur la situation des marchés agricoles. Elle était diffusée sur la radio West FM à l'ouest du Kenya et durait 30 minutes (contrairement à une durée habituelle de 3 minutes pour les programmes radio classiques des SIM). Ceci permettait de diffuser une information beaucoup plus riche (ne portant pas seulement sur les prix mais aussi sur des propositions d'achat et de vente) et aussi de donner la parole aux auditeurs. Cette émission est rapidement devenue très populaire (la préférée des auditeurs de West FM). Depuis avril 2011, Soko Hewani n'est plus diffusé sur West FM mais sur la radio nationale (KBC). La fréquence est la même (une fois par semaine) mais, pour des raisons de coûts, la durée de l'émission a été réduite (elle est passée de 30 minutes à 15 minutes).

Lier les SIM à d'autres instruments de marché (systèmes de warrantage, bourses de marchandises)

L'information diffusée par les SIM n'est utilisable que si elle révèle des opportunités de transaction. Or, cette information, qui concerne en général des prix moyens par produit et par localité peut s'avérer insuffisante pour cela. Au-delà des problèmes éventuels de méthodologie de collecte et de traitement des données, les différences de prix entre localités peuvent être trompeuses si elles ne se réfèrent pas à la même qualité ou si les quantités échangées dans l'une des localités sont faibles. Un opérateur économique peut hésiter à acheter ou à vendre à des commerçants qu'il ne connaît pas s'il craint que ceux-ci ne respectent pas leurs engagements. C'est pourquoi les SIM sont beaucoup plus utilisés lorsque les qualités couvertes sont clairement identifiées (via des standards de qualité), lorsque les stocks sont certifiés (via des systèmes de warrantage) et lorsqu'il existe des systèmes visant à garantir le respect des engagements ou le règlement des litiges (mécanismes d'arbitrage ou chambres de compensation). C'est notamment le cas lorsqu'il existe des bourses de

marchandises (celle d'Ethiopie – l'Ethiopian Commodity Exchange – reçoit plusieurs dizaines de milliers de demandes d'information par jour via SMS et IVR).

Réciproquement, l'existence de SIM est souvent une condition nécessaire au développement de ces instruments de marché (systèmes de warrantage, bourses de marchandises...). Par exemple, on sait qu'un des principaux intérêts du warrantage est de faciliter l'accès au crédit, le certificat d'entrepôt jouant le rôle de garantie auprès de la banque ou de l'institution de micro-finance. Néanmoins, pour prêter, la banque a besoin de connaître la valeur des stocks, ce qui requiert l'existence de prix de références, donc de SIM. Ainsi, les SIM sont de nature à faciliter le développement du warrantage.

Ceci appelle à faire jouer les synergies entre les SIM et les autres instruments de marché. Lorsque des systèmes de warrantage ou des bourses existent, il faut, a minima, que les SIM diffusent les prix des différents grades utilisés par ces instruments de marché. Une version plus ambitieuse consiste à développer simultanément les SIM et les autres instruments de marché (cf. l'encadré sur l'expérience de l'*Eastern Africa Grain Council*).

L'*Eastern Africa Grain Council*, une approche intégrée de la modernisation des marchés

L'*Eastern Africa Grain Council* (EAGC) est une interprofession régionale qui réunit les différents acteurs du secteur céréalier est-africain (producteurs, commerçants et transformateurs). EAGC a développé une approche intégrée visant à moderniser les marchés par i) la mise en place d'un SIM régional –le Regional Agriculture Trade Intelligence Network- qui diffuse quotidiennement de l'information sur 40 marchés de gros répartis sur quatre pays (Rwanda, Ouganda, Tanzanie et Kenya), ii) le développement des systèmes de warrantage, iii) le développement d'un système de commerce électronique, iv) l'organisation de foires régionales, v) la diffusion au sein du COMESA des standards de qualité pour les produits alimentaires de base développés par l'*East African Community*, vi) l'appui au développement d'un système de règlement des litiges commerciaux alternatif aux tribunaux (arbitrage). EAGC envisage à présent de développer une plateforme de commerce électronique de gré à gré pour les certificats d'entrepôts.

4. Améliorer et pérenniser les SIM

Afin de mieux remplir leur mission d'amélioration des politiques et des marchés, les SIM doivent repenser la manière dont ils sont organisés (positionnement institutionnel, financement et mise en réseaux).

Positionner les SIM dans un environnement favorable

Les SIM de la première génération étaient presque toujours basés dans des structures publiques (offices, ministères de l'agriculture...). Par la suite, le positionnement institutionnel des SIM s'est fortement diversifié : certains SIM sont aujourd'hui gérés par des organisations professionnelles (interprofessions, chambres de commerce, chambres d'agriculture), des organisations de producteurs ou des entreprises privées. Ces différents statuts et positionnements ont tous leurs avantages et leurs inconvénients. Le meilleur choix dépend du contexte local, sachant que l'objectif est de favoriser l'autonomie et la neutralité du SIM. L'autonomie vise à garantir la souplesse et la capacité d'adaptation du SIM. La neutralité vise à garantir la fiabilité et la crédibilité de l'information. Dans certains cas, celles-ci peuvent être menacées si le SIM est lié à des intérêts catégoriels (par exemple si le SIM est hébergé par une organisation de producteurs). Enfin, comme nous l'avons déjà mentionné, baser les SIM au sein d'organisations professionnelles peut permettre une meilleure prise en compte des besoins des opérateurs privés. Cela peut aussi être un moyen de renforcer leur capacité de plaidoyer au moment de l'élaboration des politiques publiques.

Evaluer l'impact des SIM

Récemment, différentes études ont été réalisées pour évaluer l'impact des SIM sur les comportements et les revenus des producteurs (Svenson et Yanagizawa, 2009 ; Fafchamps et Minten, 2012 ; Subervie et Galtier, 2012). Ces travaux mobilisent de grosses enquêtes et des méthodes économétriques assez pointues qui visent à isoler l'effet du SIM des autres facteurs susceptibles d'influencer la performance commerciale des producteurs. Il est tentant pour les bailleurs de fonds de se baser sur de telles études pour choisir de financer ou non tel ou tel SIM. Il convient cependant d'insister sur les limites de ces études d'impact. Pour des raisons méthodologiques, elles ne sont pas applicables à tous les types de SIM dans tous les contextes (Staatz et al. 2012). Lorsqu'elles le sont, elles n'analysent pas l'impact des SIM via l'amélioration des politiques et elles n'appréhendent l'impact via l'amélioration de la transparence des marchés que d'une manière très partielle (impact sur certains acteurs, dans certaines régions, en fonction de certains critères de performance, cf. Subervie et Galtier, 2012). Il semble préférable d'utiliser les études d'impact comme instrument de pilotage permettant au SIM de mieux comprendre les effets de l'information qu'ils diffusent, plutôt que comme une condition préalable à leur financement. Ceci implique d'axer les études d'impact sur la compréhension de la chaîne causale par laquelle le SIM affecte les comportements plutôt que sur l'estimation d'un supplément de prix ou de revenu pour certaines catégories d'acteurs.

Garantir la durabilité financière des SIM

La plupart des SIM restent fortement dépendants du financement de bailleurs de fonds. Cette aide-projet (qui est limitée à quelques années) ne permet pas de garantir la durabilité financière des SIM. Certains SIM sont aujourd'hui inscrits dans les budgets des Etats, mais le financement qu'ils reçoivent par ce canal est souvent insuffisant. Enfin, certains SIM génèrent des revenus par la vente d'information ou d'autres services (par exemple des études). Toutefois, les ventes d'information et d'autres services ne représentent à ce jour qu'une part très marginale du financement des SIM (même de ceux qui sont gérés par des entreprises privées).

La solution semble être de combiner les différentes sources de financement. La participation des Etats et des bailleurs est justifiée par la double mission de service public des SIM : nourrir les politiques publiques et accroître la transparence des marchés par la fourniture d'informations au plus grand nombre. Ces financements publics peuvent être complétés par la vente d'informations plus spécifiques et le développement de services complémentaires générateurs de revenus (par exemple, le courtage).

Favoriser la mise en réseau et le partage d'expériences

La diversité des modèles de SIM expérimentés en Afrique est une richesse. Le partage d'expérience entre SIM doit être développé, ce qui pourrait être fait par une mise en réseau des SIM (comme le montre les expériences du réseau des SIM des Amériques -la *Market Information Organization of the Americas*- et du réseau des SIM d'Afrique de l'Ouest, le RESIMAO) et cela d'autant plus qu'il reste encore beaucoup de problèmes liés aux méthodes de collecte et à la qualité des données. Il pourrait être intéressant de travailler sur une charte ou un guide de bonnes pratiques pour les SIM. Il semble aussi très important de renforcer les contacts avec les bailleurs de fonds et les fournisseurs de TIC, ce qui pourrait être fait par la mise en place d'un salon professionnel des SIM africains. Enfin, l'importance croissante des marchés régionaux et des politiques régionales (cf. ECOWAP la politique agricole commune de la CEDEAO) appelle un développement accru des échanges de données entre SIM.

Références citées

David-Benz, H., Egg, J., Galtier, F., Rakotoson, J., Shen, Y., Kizito, A. (2012), Les SIM agricoles en Afrique sub-saharienne, de la première à la deuxième génération. CIRAD, INRA, AFD, CTA, 89 p. + annexes.

Fafchamps, M. & Minten, B. (2012), Impact of SMS-Based Agricultural Information on Indian Farmers, *World Bank Economic Review* forthcoming.

Galtier, F. & Egg, G. (2003), Le « paradoxe » des systèmes d'information de marché (SIM) : une clé de lecture issue de l'économie institutionnelle et de la théorie de la communication, *Economies et Sociétés*, série F, n°41, « développement », V, 7-8/2003, pp 1227-1260.

Kizito, A. (2011), The Structure, Conduct, and Performance of Agricultural Market Information Systems in Africa. PhD Dissertation, Michigan State University.

Staatz, J., Kizito, A., Weber, M., & Dembele, N. (2012), Challenges in Measuring the Impact of Market Information Systems, *Cahiers Agricultures*, forthcoming.

Subervie, J. & Galtier, F. (2012), Systèmes d'Information de 2ème Génération en Afrique Sub-saharienne : Etudes d'impacts. CIRAD, INRA, AFD, CTA, 76 p.

Svensson, J. & Yanagizawa, D. (2009), Getting Prices Right: The Impact of the Market Information Service in Uganda, *Journal of the European Economic Association* 7(2-3), 435-445.

Avril 2012

Pour plus d'informations, contactez :

Franck Galtier (franck.galtier@cirad.fr) - Hélène David-Benz (helene.david-benz@cirad.fr)

Julie Subervie (subervie@supagro.inra.fr) - Johny Egg (j.egg@iram-fr.org)

John Staatz (staat@anr.msu.edu) - Nango Dembélé (dembele@msu.edu)

Marie-Cécile Thirion (thirionmc@afd.fr) - Vincent Fautrel (fautrel@cta.int)